

设计类研究生设计理论参考丛书
Design Theory Reference Series for
Design Graduates

DESIGN

Design Theory, As Important As Practice.

DESIGN

DESIGN

DESIGN

设计管理学

Design Management

杨先艺 编著

中国建筑工业出版社

设计类研究生设计理论参考丛书

设计管理学

杨先艺 编著

中国建筑工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

设计管理学 / 杨先艺编著. —北京: 中国建筑工业出版社, 2014.1

(设计类研究生设计理论参考丛书)

ISBN 978-7-112-16248-2

I. ①设… II. ①杨… III. ①管理学 IV. ①C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 306578 号

责任编辑: 吴 佳 李东禧

责任设计: 陈 旭

责任校对: 王雪竹 刘 钰

设计类研究生设计理论参考丛书

设计管理学

杨先艺 编著

*

中国建筑工业出版社出版、发行(北京西郊百万庄)

各地新华书店、建筑书店经销

北京嘉泰利德公司制版

北京建筑工业印刷厂印刷

*

开本: 787×1092毫米 1/16 印张: 19 $\frac{3}{4}$ 插页: 4 字数: 430千字

2014年7月第一版 2014年7月第一次印刷

定价: 63.00元

ISBN 978-7-112-16248-2

(24661)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题, 可寄本社退换

(邮政编码 100037)

设计类研究生设计理论参考丛书编委会

编委会主任：

鲁晓波（清华大学美术学院院长、教授、博士研究生导师，中国美术家协会工业设计艺术委员会副主任）

编委会副主任：

陈汗青（武汉理工大学艺术与设计学院教授、博士研究生导师，中国美术家协会工业设计艺术委员会委员，教育部艺术硕士学位教育委员会委员）

总主编：

江 滨（中国美术学院建筑学院博士，华南师范大学美术学院环境艺术设计系主任、教授、硕士研究生导师）

编委会委员：（排名不分先后）

王国梁（中国美术学院建筑学院教授、博士研究生导师）

田 青（清华大学美术学院教授、博士研究生导师）

林乐成（清华大学美术学院教授、工艺美术系主任，中国工艺美术学会常务理事，中国美术家协会服装设计艺术委员会委员）

赵 农（西安美术学院美术史论系教授、系主任、博士研究生导师、图书馆馆长，中国美术家协会理论委员会委员，中国工艺美术学会理论委员会常务委员）

杨先艺（武汉理工大学艺术与设计学院设计学系主任、博士、教授、博士研究生导师，中国工艺美术学会理论委员会常务委员）

序 言

美国洛杉矶艺术中心设计学院终身教授 王受之

中国的现代设计教育应该是从 20 世纪 70 年代末就开始了，到 20 世纪 80 年代初期，出现了比较有声有色的局面。我自己是 1982 年开始投身设计史论工作的，应该说是刚刚赶上需要史论研究的好机会，在需要的时候做了需要的工作，算是国内比较早把西方现代设计史理清楚的人之一。我当时的的工作，仅仅是两方面：第一是大声疾呼设计对国民经济发展的作用，美术学院里的工艺美术教育体制应该朝符合经济发展的设计教育转化；第二是用比较通俗的方法（包括在全国各个院校讲学和出版史论著作两方面），给国内设计界讲清楚现代设计是怎么一回事。因此我一直认为，自己其实并没有真正达到“史论研究”的层面，仅仅是做了史论普及的工作。

特别是在 20 世纪 90 年代末期以来，在制造业迅速发展后对设计人才需求大增的就业市场驱动下，高等艺术设计教育迅速扩张。在进入 21 世纪后的今天，中国已经成为全球规模最大的高等艺术设计教育大国。据初步统计：中国目前设有设计专业（包括艺术设计、工业设计、建筑设计、服装设计等）的高校（包括高职高专）超过 1000 所，保守一点估计每年招生人数已达数十万人，设计类专业已经成为中国高校发展最热门的专业之一。单从数字上看，中国设计教育在近 10 多年来的发展真够迅猛的。在中国的高等教育体系中，目前几乎所有的高校（无论是综合性大学、理工大学、农林大学、师范大学，甚至包括地质与财经大学）都纷纷开设了艺术设计专业，艺术设计一时突然成为国内的最热门专业之一。但是，与西方发达国家同类学院不同的是，中国的设计教育是在社会经济高速发展与转型的历史背景下发展起来的，面临的问题与困难非常具有中国特色。无论是生源、师资，还是教学设施或教学体系，中国的设计教育至今还是处于发展的初级阶段，远未真正成型与成熟。正如有的国外学者批评的那样：“刚出校门就已无法适应全球化经济浪潮对现代设计人员的要求，更遑论去担当设计教学之重任。”可见问题的严重性。

还有一些令人担忧的问题，教育质量亟待提高，许多研究生和本科生一样愿意做设计项目赚钱，而不愿意做设计历史和理论研究。一些设计院校居然没有设置必要的现代艺术史、现代设计史课程，甚至不开设计理论课程，有些省份就基本没有现代设计史论方面合格的老师。现代设计体系进入中国

刚刚 30 年，这之前，设计仅仅基于工艺美术理论。到目前为止只有少数院校刚刚建立了现代概念的设计史论系。另外，设计行业浮躁，导致极少有人愿意从事设计史论研究，致使目前还没有系统的针对设计类研究生的设计史论丛书。

现代设计理论是在研究设计竞争规律和资源分布环境的设计活动中发展起来的，方便信息传递和分布资源继承利用以提高竞争力是研究的核心。设计理论的研究不是设计方法的研究，也不是设计方法的汇总研究，而是统帅整个设计过程基本规律的研究。另外，设计是一个由诸多要素构成的复杂过程，不能仅仅从某一个片段或方面去研究，因此设计理论体系要求系统性、完整性。

先后毕业于清华大学美术学院和中国美术学院建筑学院的江滨博士是我的学生，曾跟随我系统学习设计史论和研究方法，现任国家 211 重点大学华南师范大学教授、硕士研究生导师，环境艺术设计系主任。最近他跟我联系商讨，由他担任主编，组织国内主要设计院校设计教育专家编写，并由中国建筑工业出版社出版的一套设计丛书：《设计类研究生设计理论参考丛书》。当时我在美国，看了他提供的资料，我首先表示支持并给予指导。

研究生终极教学方向是跟着导师研究项目走的，没有规定的“制式教材”，但是，研究生一、二年级的研究基础课教学是有参考教材的，而且必须提供大量的专业研究必读书目和专业研究参考书目给学生。这正是《设计类研究生设计理论参考丛书》策划推出的现实基础。另外，我们在策划设计本套丛书时，就考虑到它的研究型 and 普适性或资料性，也就是说，既要有研究深度，又要起码适合本专业的所有研究生阅读，比如《中国当代室内设计史》就适合所有环境艺术设计专业的研究生使用；《设计经济学》是属于最新研究成果，目前，还没有这方面的专著，但是它适合所有设计类专业的研究生使用；有些属于资料性工具书，比如《中外设计文献导读》，适合所有设计类研究生使用。

设计丛书在过去 30 多年中，曾经有多次的尝试，但是都不尽理想，也尚没有针对研究生的设计理论丛书。江滨这一次给我提供了一整套设计理论

丛书的计划，并表示会在以后修订时不断补充、丰富其内容和种类。对于作者们的这个努力和尝试，我认为很有创意。国内设计教育存在很多问题，但是总要有一个人一点一滴地去做工作以图改善，这对国家的设计教育工作起到一个正面的促进。

我有幸参与了我国早期的现代设计教育改革，数数都快 30 年了。对国内的设计教育，我始终是有感情的，也有一种责任和义务。这套丛书里面，有几个作者是我曾经教授过的学生，看到他们不断进步并对社会有所担当，深感欣慰，并有责任和义务继续对他们鼎力支持，也祝愿他们成功。真心希望我们的设计教育能够真正的进步，走上正轨。为国家的经济发展、文化发展服务。



图 1-1 设计的流程



图 2-7 Lifebook 2013 创新设计 (下)



图 2-9 手表简约设计



图 2-23 iMac 电脑



图 3-1 品牌标志



图 3-5 iPod 及苹果实体店



图 3-11 三星平板电脑设计



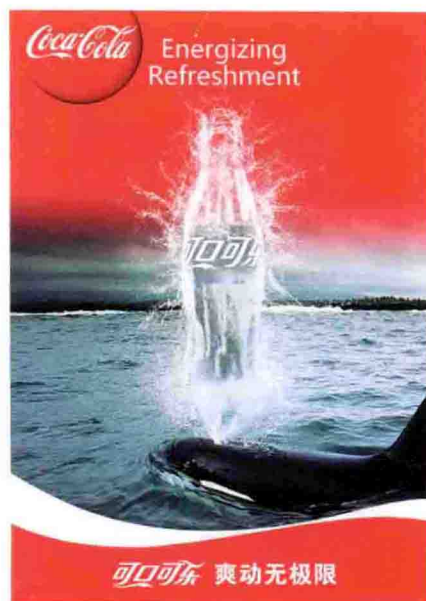
图 3-18 TCL 的品牌整合设计



图 3-28 可口可乐延伸产品



图 4-20 造型定位



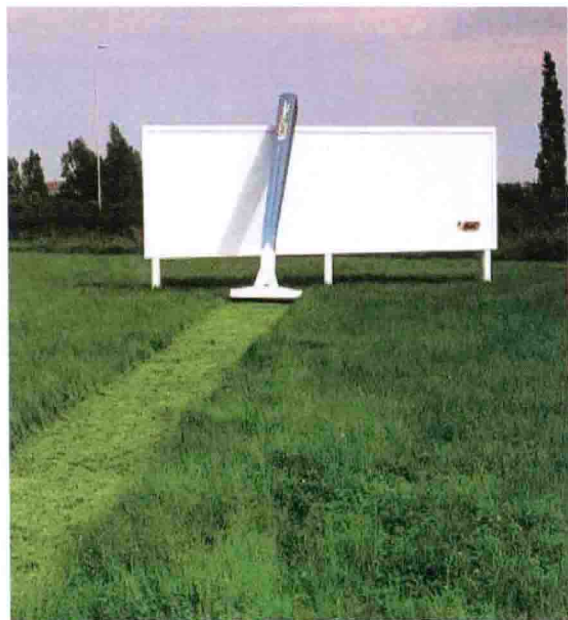


图 4-27 剃须刀户外广告



图 4-36 广告色彩的魅力

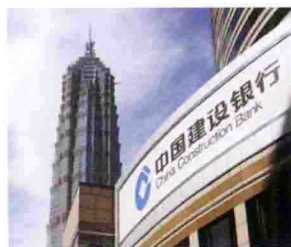


图 5-1 中国建设银行 CI 设计实例

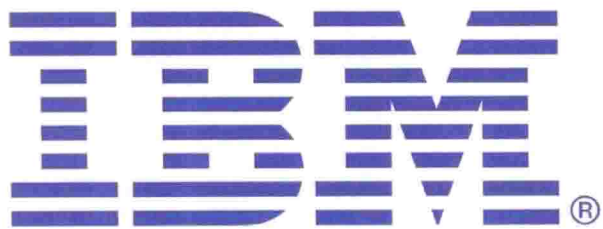


图 5-4 IBM 标志设计



图 5-20 可口可乐公司标志设计



lenovo 联想

图 5-27 联想集团的新旧标志



图 6-14 设计效果图

图 7-3 软边风格洗衣机
设计方案



图 7-25 产品宜人性的体验



图 8-13 婴儿抱袋设计



图 9-1 苹果手机



图 9-6 数字技术极大拓展了当今设计师的艺术表现力和创意空间



图 11-5 位于杭州京杭大运河畔的 LOFT49 是以广告、影像和雕塑为主导产业的创意产业区

目 录

序 言

第1章 绪论	001
1.1 设计与设计管理	001
1.1.1 设计的定义	001
1.1.2 设计管理学的定义	003
1.1.3 设计管理学的发展趋势	012
1.2 设计管理学的基本理论	014
1.2.1 系统论	014
1.2.2 广告定位理论	015
1.2.3 整合营销传播理论	017
1.2.4 品牌延伸理论	018
1.2.5 人力资源管理理论	019
1.2.6 CI 整合设计理论	021
1.2.7 市场整合营销理论	021
1.3 研究设计管理学的意义	022
1.4 设计管理学研究的内容和方法	025
1.4.1 设计管理研究的内容	025
1.4.2 设计管理研究的方法	029
第2章 产品设计策划与管理	030
2.1 设计策划与管理	030
2.2 产品开发战略	031

2.3 产品策划的模型建构与设计	035
2.3.1 产品策划的模型建构	035
2.3.2 产品设计的原则	037
2.3.3 产品创新的要素及意义	039
2.4 产品开发与产品设计的步骤	040
2.4.1 产品开发步骤	040
2.4.2 产品设计步骤	041
2.5 产品的生命周期原理评价	045
2.6 产品设计的个性化竞争手段	046
2.6.1 产品设计个性和差异性	046
2.6.2 产品设计竞争因素	052
2.7 产品设计文化因素	053
2.8 产品设计资源的整合开发	058
2.8.1 产品设计资源化	058
2.8.2 产品设计新技术化	059
 第3章 品牌策划与管理	 062
3.1 品牌的起源和背景	062
3.1.1 品牌认识的发展	063
3.2 品牌传播与策划	066
3.2.1 品牌传播	066
3.2.2 品牌策划	068
3.3 企业品牌策略	071
3.4 品牌的整合设计	073